İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İçi İletişim Arasındaki İlişki

Fatma Nur YAYLALI
Süleyman Demirel Üniversitesi
fatmanur.yaylali@hotmail.com
ORCID ID: 0000-0002-0074-6051

Kemaleddin TAŞ
Süleyman Demirel Üniversitesi
kemaleddintas@sdu.edu.tr
ORCID ID: 0000-0001-8759-5147

Araştırma Makalesi		DOI: 10.31592/aeusbed.1801544
Geliş Tarihi: 11.10.2026	Revize Tarihi: 27.01.2026	Kabul Tarihi: 18.02.2026

Atıf Bilgisi
Yaylalı, F.N. ve Taş, K. (2026). *İlahiyat fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve aile içi iletişim arasındaki ilişki.* Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, *12*(Özel Sayı), 449-468.

ÖZ

Günümüzde dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte sosyal medya, bireylerin gündelik yaşam alışkanlarından iletişim biçimlerine kadar her alanda görülmektedir. Kişilerarası ilişkileri dönüştüren bu süreç, özellikle aile içi iletişim dinamiklerinde daha belirgindir. Sosyal medya kullanımının, bireylerin yüz yüze iletişim kurma sıklığı ve niteliğini azalttığına yönelik bulgular, literatürde giderek artmaktadır. Bu çalışmada, Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin dijital alışkanlıkları ile aile ilişkilerine yansıyan iletişim biçimleri arasındaki ilişki incelenmiş; sosyal medya kullanımının, aile içi iletişimde yol açtığı farklılaşmalar değerlendirilmiştir. Bu araştırma, ilahiyat fakültesi öğrencileri örnekleminde sosyal medya kullanımı ile aile içi iletişim süreçleri arasındaki ilişkiyi öğrencilerin içinde bulundukları eğitim ortamı ve sosyal çevre bağlamı içerisinde ele alarak incelemektedir. Çalışmada saha araştırması yöntemi benimsenmiş olup, veriler 251 katılımcıdan anket tekniği aracılığıyla elde edilmiştir. Verilerin analiz sürecinde SPSS istatistik yazılımı ve betimsel istatistik teknikleri kullanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, bireylerin dijital etkileşim süreleri ile aile içi iletişimlerine yansıyan ilişki puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıkların bulunduğu belirlenmiştir. Araştırma bulguları, Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım düzeylerinin çeşitli demografik özellikler ve bireysel yeterlik algıları doğrultusunda anlamlı biçimde farklılaştığını göstermektedir. Ayrıca sosyal medya kullanımı ile aile içi iletişim ve paylaşım biçimleri arasında anlamlı ilişkiler bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Din sosyolojisi, aile içi iletişim, sosyal medya, gençlik, ilahiyat fakültesi öğrencileri.

Relationship between Social Media Use and Family Communication among Theology Students

ABSTRACT

With the rapid acceleration of digitalization, social media has become a central component of daily life, influencing individuals' routines, interaction patterns, and communication practices. This transformation has been particularly evident in the dynamics of family communication, as growing evidence in the literature suggests that increased social media use may reduce both the frequency and quality of face-to-face interactions. This study examines the relationship between digital habits and family communication patterns among students of the Faculty of Theology at Süleyman Demirel University. Specifically, it explores how social media use is associated with changes in family communication processes, considering students' educational environment and social context. Adopting a quantitative field research design, data were collected from 251 participants through a structured questionnaire. The data were analyzed using SPSS statistical software, employing descriptive statistical techniques. The findings reveal statistically significant differences between individuals' digital interaction durations and their family communication scores. Moreover, the results indicate that students' levels of social media use vary significantly according to certain demographic characteristics and perceptions of individual competence. Overall, the study concludes that there are meaningful relationships between social media use and patterns of family communication and sharing among theology students.

Keywords: Sociology of religion, family communication, social media, youth, theology faculty students.

Giriş

20. yüzyılın sonlarından itibaren bilgi teknolojilerinin yön verdiği küresel dönüşüm süreci, toplumsal yapılar, ekonomik modeller ve kültürel pratikler üzerinde köklü değişimlere yol açmıştır. Bu süreçte maddi kültür, dönüşümün temel dinamiklerinden biri haline gelmiş; yeni bilgi ve iletişim teknolojileri, toplumsal ve kültürel olguları yeniden şekillendirerek küresel boyutlarda ortaya koymuştur (Savaş, 2022). İnsan, toplumsal bir varlık olarak yaşayabilmek ve topluma uyum sağlayabilmek için iletişime ihtiyaç duyar. 21. yüzyılda bu iletişim ihtiyacı, sosyal medya aracılığıyla dijital ortamda karşılanmakta ve sosyal medya, modern iletişim ağının önemli bir unsuru haline gelmektedir (Eldem ve Elibol, 2020). Teknoloji araçlarının kullanımı iletişimi kolaylaştırmaktadır. Dünyanın her yerinden insanlar birbirleriyle iletişim kurabilmektedir (Ekiz, Atasoy ve Kır, 2025). Sosyal medya platformları, bireylerin yaşam alanlarının önemli bir bölümünü dijital ortama aktarmalarına olanak sağlamıştır. Sosyal medyanın bilgi paylaşımı, bireysel düşünceleri ifade etme gibi özellikleri, bu ortamın çekiciliğini artırmakta ve özellikle gençler arasında yaygın bir kullanım alanı bulmasına neden olmaktadır (İnce ve Koçak, 2017). Sosyal medya, bireylerin etkileşim ve kendini ifade etme pratiklerini dijital ortama taşıyarak iletişim biçimlerinde önemli dönüşümlere yol açmıştır. Özellikle genç kuşaklar arasında yaygınlaşan bu dijital mecralar, bireylerin gündelik yaşamlarının önemli bir parçası hâline gelmiş; sosyal ilişkilerin kurulma ve sürdürülme biçimlerinde belirgin değişimlere eşlik etmiştir. Bu dönüşüm süreci, yalnızca toplumsal etkileşim alanlarını değil, aile içi iletişim pratiklerini de yeniden düşünmeyi gerekli kılmıştır. Sosyal medyanın yoğun kullanımının, yüz yüze iletişimle kurulan ilişkilerle nasıl bir etkileşim içerisinde olduğu; aile üyeleri arasındaki paylaşım, birlikte geçirilen zaman ve iletişim kalitesiyle nasıl ilişkilendiği, son yıllarda giderek daha fazla tartışılan bir konu hâline gelmiştir. Bu bağlamda, dijital kültür ve sosyal medya kullanımının aile içi iletişimle olan ilişkilerinin incelenmesi önem taşımaktadır. Bu araştırmanın konusu, Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin dijital etkileşim düzeyleri ile aile ilişkileri arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Sosyal medya, günümüz gençlerinin gündelik yaşamında önemli bir yer tutmakta; ilahiyat fakültesi öğrencilerinin aileleriyle kurdukları iletişim süreçleriyle nasıl bir ilişki içerisinde olduğu ise araştırılmaya değer bir alan olarak öne çıkmaktadır.

Sosyal medya kullanımı ile aile içi iletişim arasındaki ilişki, literatürde artan bir ilgiyle ele alınmaktadır. Üniversite öğrencileri üzerinde yapılan araştırmalar, sosyal medya kullanımının aile içi iletişim süreçleriyle ilişkili olabileceğini göstermektedir. Bu çalışmalar, yoğun sosyal medya kullanımının yüz yüze iletişim, aile içi paylaşım ve birlikte geçirilen zaman gibi iletişim pratikleriyle bağlantılı biçimde değerlendirildiğini ortaya koymaktadır. Özellikle cinsiyet ve gelir durumu gibi demografik değişkenlere göre sosyal medya kullanım biçimleri ve aile içi iletişime yönelik algıların farklılaştığı görülmektedir (Dilber, 2019). Aile içi yüz yüze iletişim ile internet ve sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışmada, evli 1108 katılımcıdan elde edilen veriler doğrultusunda yüz yüze iletişim sıklığının kullanılan sosyal medya platformuna ve kullanım amacına göre farklılaştığı görülmüştür. Araştırma bulguları, genel sosyal medya kullanımı ve WhatsApp kullanımının artmasıyla yüz yüze iletişim sıklığının azaldığını; buna karşılık Facebook kullanımı ve arkadaşlık kurma amacıyla sosyal medya kullanımının yüz yüze iletişimle pozitif yönde ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır (Öztat ve Gülnar, 2020). Çanakkale'de 714 lise öğrencisiyle yürütülen bir çalışmada ise sosyal medya kullanım sıklığı ve günlük kullanım süresi arttıkça aile içi iletişimle ilişkili bazı boyutlarda anlamlı farklılaşmaların ortaya çıktığı görülmüştür. Bulgular, yoğun sosyal medya kullanan öğrencilerin aile içi iletişimden daha kolay sıkıldıklarını, aileleriyle zaman geçirmek yerine sosyal medyayı tercih edebildiklerini ve bazı iletişim pratiklerini dijital ortama taşıdıklarını göstermektedir (Demir, 2016). Mevcut literatür incelendiğinde, ilahiyat fakültesi öğrencilerinin, görece sınırlı biçimde ele alındığı görülmektedir. Bu bağlamda, sosyal medya kullanımı ile aile içi iletişim süreçleri arasındaki ilişkinin ilahiyat fakültesi öğrencileri örnekleminde incelenmesi, literatürdeki bu boşluğun doldurulmasına katkı sunmayı amaçlamaktadır. Çalışmada, Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanma biçimlerinin aile içi iletişim süreçlerine yansımalarını belirlemek ve bu ilişkide cinsiyet, aile gelir durumu, öğrenim gördüğü sınıf, genel akademik başarı düzeyi, en sık kullanılan sosyal medya platformu ile günlük sosyal medya kullanım süresi gibi demografik değişkenlerin rolü incelenecektir. Bu çalışmanın önemi, dijitalleşen çağda sosyal medya kullanımının aile içi iletişim dinamikleri ilişkisini ortaya koyarak,

genç bireylerin dijital medya alışkanlıklarının aile ilişkilerine yansımasını anlamaya katkı sağlamasıdır.

Sosyal Medyanın Tanımı

Yeni medya, yani sosyal medya teknolojik avantajları sayesinde geleneksel medyaya kıyasla çok daha hızlı gelişmiştir. Bu sürecin sembollerinden biri, İkinci Dünya Savaşı sırasında geliştirilen ve 1947'de tam kapasiteyle çalışmaya başlayan ilk elektronik bilgisayar ENIAC'tır. 1960'larda Soğuk Savaş döneminde, ABD hükümeti nükleer saldırılara karşı iletişimi güvence altına almak amacıyla internetin temelini oluşturan merkeziyetsiz bir ağ geliştirdi. Bu dağınık yapı, olası bir saldırıda iletişimin tamamen kesilmesini önlemeyi amaçlıyordu. 1978'de geliştirilen BBS, ilk sosyal ağ örneğidir. 1994'te GeoCities ve Mosaic tarayıcı sayesinde internet yaygınlaştı, aynı yıl sosyal ağ olan Friends United kuruldu. 1995'te mIRC ve ICQ programları ile anonim ve kullanıcı numarasıyla iletişim başladı. 1997'de Google kuruldu, AOL mesajlaşma servisi açıldı ve web sitesi sayısı 1 milyona ulaştı. 1999'da Windows Live Messenger, 2013'te Skype kullanıldı. 2006'da YouTube video paylaşımını başlattı. Aynı yıl Mark Zuckerberg tarafından kurulan Facebook, hızla yayılarak büyük kullanıcı kitlesine ulaştı (Öztürk, 2015). İnternet, çift yönlü ve eş zamanlı etkileşim imkânı sunarak geleneksel medyadan ayrılmakta; özellikle sosyal medya aracılığıyla kullanıcıların bilgi paylaşımı ve gündem takibi gibi ihtiyaçlarını karşılayan dinamik bir iletişim ortamı oluşturmaktadır (Başoğlu ve Yanar, 2017). Safko'nun tanımına göre sosyal medya, "sosyal" ve "medya" terimlerinin bir araya gelmesiyle oluşan bir kavramdır. Burada "sosyal" ifadesi, bireylerin duygu, düşünce ve deneyimlerini paylaşarak karşılıklı etkileşimde bulunduğu ortamları temsil ederken, "medya" ise bu iletişimin sağlandığı araç ve yöntemleri tanımlamaktadır (Ayaz ve Barış, 2024). Sosyal medya, teknolojik gelişmelerle sosyal ağların ortaya çıkmasıyla yaygınlaşan bir süreçtir. İletişim literatüründe giderek önem kazanan sosyal medya, etkileşim temelli dijital uygulamalar bütünüdür (Eldem ve Elibol, 2020).

Sosyal Medyanın Toplumsal Etkileri

Sosyal medya, internet kullanıcılarının çevrimiçi ortamda etkileşimde bulunmalarına, içerik paylaşmalarına ve düşüncelerini ifade etmelerine olanak sağlayan dijital sosyal ağ platformları olarak tanımlanabilir (İnce ve Koçak, 2017). Sosyal medya, yaygın iletişim şekillerinden biri haline gelmiş ve geleneksel alışkanlıkları dönüştürmüştür. Halkla ilişkilerden medyaya pek çok alanda etkili olan sosyal medya; açıklık, katılım, karşılıklı etkileşim, topluluk oluşturma ve kullanıcı kaynaklı içerik üretimi gibi özellikler taşımaktadır (Dızman, 2019). Sosyal medya platformları, erişim kolaylığı ve mekansal sınırlamaları ortadan kaldıran yapısıyla bireylerin sosyal yaşamında önemli bir yer edinmiştir. Yüz yüze iletişimde etkili olan dış görünüş ve sosyoekonomik statü gibi öznel unsurların oluşturduğu engeller, çevrimiçi iletişimi daha tercih edilir kılmaktadır (Savaş, 2022). Sosyal medya, gençlerin internet kullanımında merkezi bir rol üstlenmektedir. İnternet erişiminin artışıyla sosyal medya platformlarına ilgi de artmış; bu platformlar yalnızca iletişim değil, oyun, bilgi edinme gibi çok yönlü işlevleriyle dikkat çekmiştir. Sağladığı işlevsellik, sosyal medyanın genç kullanıcılar arasındaki cazibesini artırmıştır (İnce ve Koçak, 2017).

Sosyal medya ortamları, bireylere içerik üretme, bu içerikleri hızlı biçimde yayma ve geniş kitlelere ulaştırma imkânı sunarak iletişim süreçlerini daha esnek ve dinamik bir yapıya dönüştürmektedir (Bostancı, 2019). Sosyal medya, son on yılda çok hızlı bir biçimde gündelik yaşama, siyasi süreçlere ve toplumsal algıya yön vermiş, özellikle kriz anlarında kamu politikalarının şekillenmesinde önemli bir rol üstlenerek sosyal bilimlerin odaklandığı başlıca araştırma konularından olmuştur (Avşar, 2022). Bu platformlar, bireylere kendi içeriklerini paylaşma ve başkalarının paylaşımlarını da takip etme imkânı sunmakta; böylece kullanıcılar hem üretici hem de tüketici olarak bu etkileşim sürecinde yer almaktadır (Öztürk, 2015). Sosyal medya fenomenleri, özellikle konforlu yaşamlarını görünür kılarak gençler üzerinde güçlü bir etki oluşturmaktadır. Işıltılı paylaşımlar, çalışarak kazanmanın değerini gölgede bırakmakta ve hızlı başarı algısını beslemektedir. Bu durum bireyler için hayal edilen yaşam ile gerçeklik arasındaki toplumsal sorunları beraberinde getirmektedir (Özdemir, 2024). Sosyal medya üzerinden gelir elde edilebilmesi, birçok bireyin bu alana yönelmesine sebep olmuştur. Evlerinden ya da istedikleri herhangi bir yerden, görece zahmetsiz biçimde içerik

üreterek para kazanılabildiğini gören bireylerin, eğitim yoluyla edinilen meslek ve becerileri ikinci plana attıkları söylenebilir. Bu anlamda sosyal medyanın, bireysel davranışlardan toplumsal iletişime kadar birçok konuda dönüştürücü bir rol oynadığı görülmektedir.

Sosyal Medyanın Aile İçi İletişime Etkileri

İnsanlar, yaşamları boyunca farklı toplumsal gruplara katılırlar. Bu gruplar, belirli bir amacı gerçekleştirmek için bir araya gelen, iki ya da daha fazla insandan oluşur. Modernleşmeyle birlikte, insanlar arası iletişimde ve grup anlayışında önemli değişiklikler yaşanmıştır. Bu bağlamda, toplumsal gruplar birincil ve ikincil olmak üzere ayrılmaktadır. Birincil gruplarda çıkar ilişkisi olmadan bir araya gelme, duygusal ilişkilerde yoğunluk söz konusuyken; ikincil gruplar, daha resmi ilişkilere sahiptir (Zencirkıran, 2017). Birincil gruplardan olan aile, duygusal ilişkilerin yoğun olduğu, çıkar ilişkilerine dayanmayan gruptur. Aile, toplumsal yapının maddi ve kültürel gereksinimlerinin bir yansıması olarak ortaya çıkmaktadır. Bu gereksinimlerdeki değişimlere bağlı olarak, ailenin yapısı da dönüşüm göstermektedir. Aile, insanlığın başlangıcından itibaren vardır ve toplumun çekirdeği olarak bilinir (Sallangül, 2020). İnsan neslinin devamını temin eden, toplumsallaşma sürecinin şekillendiği, toplumda birikmiş maddi ve manevi değerlerin nesilden nesle aktarıldığı, biyolojik, psikolojik, ekonomik, toplumsal ve hukuki boyutları olan bir kurumdur (Aydın, 2014). Aile kurumunun bazı temel işlevleri tarih boyunca devam etmiştir: Koruma, toplumsallaşma, toplumsal statü sağlama ve kişilik inşası (Özkaya, 2011). Ailenin insan yaşamındaki yeri ve önemi son derece belirgindir. Birey, doğumundan itibaren ailesinden edindiği değerler, tutumlar ve davranış kalıpları doğrultusunda kişiliğini şekillendirmekte ve bu süreç, yaşamının tüm evrelerini etkilemektedir.

İletişim; insanların semboller aracılığıyla düşünce, bilgi ve duyguları aktarmasıdır (Tutar ve Yılmaz, 2019). İki birey arasında gerçekleşen anlam aktarımı sürecidir (Cüceloğlu, 2002). İletişim, en temel anlamıyla bilgi aktarımı süreci olarak tanımlanır. Bilgilendirme, eğitme, eğlendirme ya da düşünce ve duyguları ifade etme amacı taşıyan her tür etkileşim bilgiye dayalı bir davranış biçimidir. Birey, iletişim yoluyla diğer insanlarla, düşüncelerle ve çeşitli durumlarla anlamlı bağlar kurar ve sosyal ilişkilerini yapılandırır (Şahin ve Aral, 2012). İnternet, bireylerin yaşamını kolaylaştıran ve iletişim biçimlerini dönüştüren bir araç olmuştur. Özellikle sosyal medya, geleneksel iletişim yöntemlerinin yerini alarak bireylerin hızlı, kolay ve etkileşimli iletişim kurabildikleri dijital platformlar sunmaktadır. Günümüzde dijital iletişimin en yaygın ve işlevsel aracı sosyal medyadır (Demir, 2016). Teknolojik gelişmeler, iletişim araçlarına erişimin kolaylaşması bu mecralara olan ilgiyi sürekli yükseltmektedir. Ancak bu durum, sosyal medya kullanımının eğlence ve iletişim amaçlı sınırların ötesine geçerek bağımlılık riskini de beraberinde getirmektedir (Özdemir, 2019). Sosyal medya, genç bireylerin bilişsel ve duygusal ihtiyaçlarını karşılamada önemli bir araç olsa da aşırı ve kontrolsüz kullanımı sosyal ve mesleki işlevsellikte bozulmalara, olumsuz duygulanımlara ve iletişim problemlerine yol açabilmektedir (Yılmaz, Üner, Akal ve Tatlısu, 2025). Bu durum, bireylerin sosyal ilişkileri, duygusal dengesi ve iletişim becerileri açısından çok boyutlu sonuçlar doğurmaktadır.

İletişim, toplumsal bir olgu olarak insanlığın ilk döneminden beri vardır. İnsan-insan ilişkisi iletişimle gerçekleşir. Bu iletişime yüz yüze iletişim denir. Aile içi, akrabalar, arkadaşlar, komşular arasındaki iletişim böyledir. Her grup içinde iletişimin düzeyi ve içeriği farklılaşır (Bal, 2013). Bireylerin, iletişimi öğrendiği ilk yer aile kurumudur (Dikeçligil, 2012). Aile üyeleri arasında kesintisiz bir iletişim süreci mevcuttur. Bakışımız, gülüşümüz, ses tonumuz aile içerisinde bir anlama dönüşür (Cüceloğlu, 2021). Aile içi iletişim, aile üyeleri arasında gerçekleşen karşılıklı etkileşim sürecidir. Bu iletişim; ailenin tüm üyeleri arasında kurulan sözlü ya da sözsüz ilişkileri kapsar. Anne, baba ve çocuklar arasındaki iletişim dinamikleri, aile yapısının işleyişi ve bireylerin psikososyal gelişimi açısından belirleyici bir rol üstlenmektedir (Şahin ve Aral, 2012). Aynı ortamda bulunan bireyler arasındaki iletişimi zayıflatma riski taşıyan sosyal medya platformları, uzak mesafedeki kişiler için önemli bir iletişim aracı olarak kullanılmaktadır (Ayaz ve Barış, 2024). Sosyal medya, aile yapısını hem olumsuz hem de olumlu etkileyebilir. Her ne kadar aile içi ilişkileri zayıflatabilse de küreselleşme ve artan coğrafi hareketlilikle birlikte aile bireyleri arasındaki iletişimin güçlenmesini de sağlar. Sosyal medya sayesinde özel günler hatırlanır, uzak akrabalarla yeniden bağ kurulur. Yani sosyal medya, aile içi ilişkileri zayıflatabildiği gibi, destekleyici de olabilmektedir (Dikeçligil, 2023).

Sosyal medya, bireylerin bilişsel ve sosyal gelişiminde fırsatlar sunarken, aşırı ve kontrolsüz kullanım durumunda aile içi iletişimi zayıflatmakta ve psikososyal sorunlara zemin hazırlamaktadır. Bu nedenle sosyal medyanın aile içi iletişimle ilişkisinin çalışılması önem arz etmektedir. Şimdi çalışmanın bulguları ele alınacaktır.

Yöntem

Araştırma Deseni

Bu çalışmada, nicel araştırma deseni kullanılmıştır. Veriler anket yöntemiyle elde edilmiştir. Araştırma kapsamında veriler, araştırmacı tarafından oluşturulan demografik değişkenler (Cinsiyet, öğrenim görülen sınıf, genel akademik başarı düzeyi gibi...) ve Ümit Demir tarafından geliştirilmiş olan "Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi Ölçeği" ile Levent Deniz ve Aylin Tutgun Ünal'ın geliştirilmiş olduğu "Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği" kullanılarak toplanmıştır.

Çalışma Grubu

Araştırma, 2024-2025 akademik yılının bahar döneminde Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesi'nde öğrenim gören lisans öğrencilerini kapsamaktadır. Çalışma grubu olarak, Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin seçilmesinde; bu grubun genç yetişkin bireyler olmaları aile yapısı ve sosyal medya ilişkilerinin incelenmesinde anlamlı bir örneklem oluşturduğu düşünülmektedir. Örneklem grubunu, evrenden basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle belirlenen ve çalışmaya kendi isteğiyle katılan 251 kişilik öğrenci grubu oluşturmaktadır. Araştırma sürecinde toplam 251 öğrenciye anket uygulanmış ve elde edilen veriler analiz edilmiştir. Katılımcıların 139'u kadın; 112'si erkektir.

Veri Toplama Araçları ve Analizi

İstatistiksel analizlerde IBM SPSS 25.0 programı kullanılmıştır. Analizlerde tanımlayıcı istatistikler frekans (n), yüzde (%), ortalama ($\bar{X}$), standart sapma (SS), minimum ve maksimum değerler olarak belirtilmiştir. İlk olarak Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi ölçeklerinin normal dağılım hipotezine uyup uymadığı basıklık ve çarpıklık katsayılarına bakılmak suretiyle tespit edilmiş ve parametrik test yöntemleri tercih edilmiştir. Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi Ölçeği ve alt boyutlarında çarpıklık ve basıklık katsayısının istenilen değerler arasında olması sebebiyle yapılan analizlerde bağımsız örneklemler t-Testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA), Pearson Korelasyon analizi kullanılmıştır. Parametrik testlerin kullanılmasından grup farkı için Post Hoc testi yapılmıştır. Gruplar arasında oluşan farkların anlamlı olduğu boyutlarda, anlamlı farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığını belirlemek için TUKEY HSD testi uygulanmış ve anlamlılık düzeyi $p<0.05$ olarak sınanmıştır. Ayrıca Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi Ölçeği ve alt boyutları arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığını tespit etmek için ise "Pearson Korelasyon" analizi tercih edilmiştir. Ulaşılan bütün sonuçlarda istatistiki anlamlılık $p<0.05$ seviyesinde değerlendirilmiştir. Tablo 1'de verilerin basıklık ve çarpıklık katsayılarına ve Cronbach's Alpha değerlerine ilişkin değerler verilmiştir.

Tablo 1
Ölçeklerin Çarpıklık ve Basıklık ve Cronbach's Alpha Değerleri

Ölçek	N	Çarpıklık	Basıklık	Cronbach's Alpha
Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi	251	.333	.042	0.841
Paylaşım	251	.563	.114	0.775
Sosyal Medya Bağımlılık	251	-.521	.697	0.724

Sosyal İzolasyon	251	.038	-.384	0.751
Ortak Kaliteli Zaman Geçirme	251	.339	.131	0.717
Sosyal Medya Kullanımı	251	.006	.804	0.856
Süreklilik	251	.212	-.202	0.796
Yetkinlik	251	.386	-.003	0.797

Küçük örneklemlerde verilerin normal dağıldığını ifade eden çarpıklık ve basıklık değerlerinin +1.96 ile -1.96 arasında olması yeterli görülürken; daha büyük örneklemlerde (200 ≤ n) ise +2.58 ile -2.58 arasında olması yeterli değer olarak görülmüştür (Asghar ve Saleh, 2012). Gerçekleştirilen analizler sonucunda değişkenlerin normal dağılım gösterdiği belirlenmiştir. Çalışmada kullanılan ölçeklerin ve alt boyutlara ilişkin iç tutarlılık katsayıları (Cronbach's Alpha) .70'in üzerinde tespit edilmiştir. Bu bulgu, ilgili ölçeklerin genel olarak kabul edilebilir ve güvenilir bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir (Şencan, 2005).

Araştırma Etiği

14.04.2025 tarihli etik kurul toplantısıyla Süleyman Demirel Üniversitesi Etik Kurulu tarafından bu çalışmanın yapılmasının etik ilkelere ve insan haklarına uygun olduğuna izin verilmiştir.

Bulgular

Örneklem Grubunun Sosyo-Demografik Özellikleri

Araştırmanın çalışma grubunu Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesinde öğrenimlerine devam eden 251 katılımcı oluşturmaktadır. Katılımcıların 139'u kadın; 112'si erkektir. Araştırmaya katılan bireylerin sosyo-demografik özelliklerine dair elde edilen frekans ve yüzde değerleri, Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2
Katılımcıların Kişisel Özelliklerine Göre Dağılımları N=251

Kişisel Özellikler	Alt Kategoriler	n	%
Cinsiyet	Kadın	139	55.4
	Erkek	112	44.6
Sınıf	Hazırlık	46	18.3
	1.sınıf	66	26.3
	2.sınıf	53	21.1
	3.sınıf	37	14.7
	4.sınıf	49	19.5
Gelir Durumu	Düşük	27	10.8
	Orta	213	84.9
	İyi	11	4.4
Akademik Başarı	Kötü	9	3.6
	Orta	181	72.1
	İyi	61	24.3
Sosyal Medyada Günlük Geçirilen Süre	1 saatten az	32	12.7
	2-3 saat arası	122	48.6
	4-5 saat arası	80	31.9
	6 saatten fazla	17	6.8

En Çok Kullanılan Sosyal Medya Uygulaması	YouTube	42	16.7
	Instagram	134	53.4
	Whatsapp	56	22.3
	Diğer	19	7.6

Araştırmaya katılan bireylerin %55.4'ü (n=139) kadın, %44.6'sı (n=112) erkektir. Katılımcıların sınıf düzeylerine göre dağılımı incelendiğinde; %18.3'ü (n=46) hazırlık, %26.3'ü (n=66) birinci sınıf, %21.1'i (n=53) ikinci sınıf, %14.7'si (n=37) üçüncü sınıf ve %19.5'i (n=49) dördüncü sınıf öğrencisidir. Gelir düzeyine ilişkin olarak, katılımcıların %84.9'u (n=213) gelir durumunu orta düzeyde, %10.8'i (n=27) düşük düzeyde ve %4.4'ü (n=11) iyi düzeyde olarak belirtmiştir. Akademik başarı düzeyine bakıldığında, %72.1'inin (n=181) kendini orta başarı düzeyinde, %24.3'ünün (n=61) iyi ve %3.6'sının (n=9) kötü düzeyde tanımladığı görülmektedir. Katılımcıların sosyal medyada günlük geçirdikleri süreye göre dağılımları incelendiğinde; %12.7'si (n=32) 1 saatten az, %48.6'sı (n=122) 2–3 saat, %31.9'u (n=80) 4–5 saat ve %6.8'i (n=17) 6 saatten fazla süre geçirdiğini bildirmiştir. En sık kullanılan sosyal medya uygulamaları açısından ise katılımcıların %53.4'ü (n=134) Instagram, %22.3'ü (n=56) WhatsApp, %16.7'si (n=42) YouTube ve %7.6'sı (n=19) diğer uygulamaları tercih ettiğini belirtmiştir.

Örneklem Grubunda Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İçi İletişimin Alt Boyutlarına İlişkin Bulgular

Tablo 3
Değişkenler Arasındaki İlişki (Pearson Korelasyon Analizi) (N:251)

		Aile İletişimi		**Sosyal Medya Kullanımı**	
		Paylaşım	Ortak Kaliteli Zaman Geçirme	Sosyal Medya Bağımlılık	Sosyal İzolasyon
Sosyal Medya Kullanımı	r	-.796**	-.796**	.754**	.707**
	p	.000	.000	.000	.000
Süreklilik	r	-.373**	-.384**	.435**	.444**
	p	.000	.000	.000	.000
Yetkinlik	r	-.322**	-.385**	.388**	.298**
	p	.000	.000	.000	.000

*p<0.05.

Araştırmanın değişkenleri arasındaki ilişki düzeyini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen Pearson korelasyon analizi sonuçlarına göre, Sosyal Medya Kullanımı ile diğer tüm değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı korelasyonlar tespit edilmiştir. Sosyal Medya Kullanımı ile Sosyal İzolasyon ($r = .707$, $p < .001$) ve Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi ($r = .549$, $p < .001$) arasında pozitif yönde ve anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Bununla birlikte, Sosyal Medya Kullanımı ile Paylaşım ($r = –.796$, $p < .001$) ve Ortak Kaliteli Zaman Geçirme ($r = –.796$, $p < .001$) değişkenleri arasında negatif yönde ve çok güçlü düzeyde anlamlı korelasyonlar tespit edilmiştir.

Süreklilik değişkeni ile Sosyal Medya Bağımlılık ($r = .435$, $p < .001$) ve Sosyal İzolasyon ($r = .444$, $p < .001$) ile orta düzeyde pozitif ve anlamlı ilişkiler gözlemlenmiştir. Ancak Süreklilik değişkeninin Paylaşım ($r = –.373$, $p < .001$) ve Ortak Kaliteli Zaman Geçirme ($r = –.384$, $p < .001$) ile olan ilişkisi negatif yönde ve anlamlıdır. Yetkinlik değişkeni ile Sosyal Medya Bağımlılık ($r = .388$, $p < .001$) ve Sosyal İzolasyon ($r = .298$, $p < .001$) ile orta düzeyde pozitif yönde anlamlı ilişkiler saptanmıştır. Diğer yandan Paylaşım ($r = –.322$, $p < .001$) ve Ortak Kaliteli Zaman Geçirme ($r = –.385$, $p < .001$) ile negatif ve anlamlı ilişkiler bulunmuştur.

Bu sonuçlar, sosyal medya kullanım düzeyi ile aile iletişimi ve bağımlılık eğilimleri arasında güçlü ilişkiler olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca, paylaşım davranışlarının ve aileyle geçirilen

kaliteli zamanın sosyal medya kullanımı arttıkça azaldığı görülmektedir. Süreklilik ve yetkinlik gibi bireysel yeterlilik boyutları da bu ilişkilerde belirleyici değişkenler olarak dikkat çekmektedir. Şimdi de araştırmanın değişkenleri olan ölçeklerin alt boyutlarının puanları gösterilecektir. Değişkenlerle ilgili tanımlayıcı istatistikler Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4
Değişkenlere Yönelik Betimsel Analizi Sonuçları

Ölçek	N	Min	Maks	X̄	SS
Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi Ölçeği	251	8.00	40.00	20.94	5.99
Paylaşım	251	5.00	24.00	11.17	3.75
Sosyal Medya Bağımlılık	251	4.00	20.00	12.88	2.90
Sosyal İzolasyon	251	3.00	15.00	9.27	2.69
Ortak Kaliteli Zaman Geçirme	251	5.00	21.00	12.93	2.91
Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği	251	17.00	75.00	46.25	9.40
Süreklilik	251	4.00	20.00	10.54	3.34
Yetkinlik	251	4.00	20.00	10.41	3.35

Araştırmada yer alan değişkenlere ilişkin betimsel istatistikler incelendiğinde; katılımcıların "Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi" ölçeğinden aldıkları puanların 8 ile 40 arasında değiştiği ve ortalama puanın 20.94 (SS = 5.99) olduğu belirlenmiştir. "Paylaşım" alt boyutu puanları 5 ile 24 arasında değişmekte olup ortalaması 11.17 (SS = 3.75) olarak saptanmıştır. "Sosyal Medya Bağımlılık" puanlarının 4 ile 20 arasında dağıldığı ve ortalamasının 12.88 (SS = 2.90) olduğu görülmektedir. "Sosyal İzolasyon" ölçeğine ilişkin puanlar 3 ile 15 arasında değişmekte olup ortalama puan 9.27 (SS = 2.69) olarak hesaplanmıştır. "Ortak Kaliteli Zaman Geçirme" puanları 5 ile 21 arasında değişmiş ve ortalama 12.93 (SS = 2.91) bulunmuştur. Katılımcıların toplam "Sosyal Medya Kullanımı" puanları 17 ile 75 arasında değişmekte olup ortalama puan 46.25 (SS = 9.40) olarak belirlenmiştir. Ayrıca, "Süreklilik" alt boyutunda katılımcıların puanları 4 ile 20 arasında değişirken ortalama puan 10.54 (SS = 3.34), "Yetkinlik" alt boyutunda ise 4 ile 20 arasında değişmekte olup ortalaması 10.41 (SS = 3.35) olarak bulunmuştur.

Tablo 5
Değişkenlere Yönelik Betimsel Analizi Sonuçları

Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi Ölçeği	Tamamen Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)
Sosyal medyada kendimi daha iyi ifade edebiliyorum.	17 (6.8)	79 (31.5)	86 (34.3)	63 (25.1)	6 (2.4)

İnternet başında iken kendimi çok tembel ve iş yapmaya isteksiz hissediyorum.	12 (4.8)	33 (13.1)	29 (11.6)	129 (51.4)	48 (19.1)
Özel sorun ve problemleri ailem yerine sosyal medyadaki arkadaşlarımla paylaşmayı tercih ederim.	85 (33.9)	122 (48.6)	24 (9.6)	16 (6.4)	4 (1.6)
Ailemle aynı ortamda hiç konuşmadığımız zamanlar oluyor.	63 (25.1)	101 (40.2)	26 (10.4)	56 (22.3)	5 (2.0)
Sosyal medyada kendi arkadaşlarımı kendim özgürce seçebiliyorum.	20 (8.0)	43 (17.1)	33 (13.1)	122 (48.6)	33 (13.1)
Sosyal medya okul başarımı olumsuz yönde etkiliyor.	14 (5.6)	64 (25.5)	62 (24.7)	83 (33.1)	28 (11.2)
Sosyal medya güzel ve eğlenceli zaman geçirmemi sağlıyor.	15 (6.0)	21 (8.4)	66 (26.3)	130 (51.8)	19 (7.6)
Internet ve Sosyal medya kullanırken akşamları odamdan dışarıya çıkmadığım zamanlar oluyor.	23 (9.2)	99 (39.4)	31 (12.4)	87 (34.7)	11 (4.4)
Sosyal Medya üzerinden, daha fazla kişiden görüş ve öneri alabiliyorum.	25 (10.0)	63 (25.1)	51 (20.3)	99 (39.4)	13 (5.2)
Sosyal medyada zaman geçirmeyi, ailemle zaman geçirmeye	107 (42.6)	94 (37.5)	21 (8.4)	21 (8.4)	8 (3.2)

tercih ederim.					
Sosyal medyada kendimi daha özgür hissediyorum.	38 (15.1)	101 (40.2)	68 (27.1)	39 (15.5)	5 (2.0)
Sosyal medyadaki arkadaşlarım bana daha fazla değer veriyor.	75 (29.9)	125 (49.8)	30 (12.0)	17 (6.8)	4 (1.6)
Ailemle otururken konuşacak konu bulmakta zorlanıyorum.	66 (26.3)	115 (45.8)	31 (12.4)	35 (13.9)	4 (1.6)
Aile içerisinde konuşulan konular beni çok sıkıyor.	68 (27.1)	114 (45.4)	43 (17.1)	22 (8.8)	4 (1.6)
İnternet başında geçirdiğim süre ailem ile tartışma konusu oluyor.	37 (14.7)	112 (44.6)	33 (13.1)	60 (23.9)	9 (3.6)
Sosyal medya derslere ve okula odaklanmamı engelliyor.	19 (7.6)	54 (21.5)	56 (22.3)	95 (37.8)	27 (10.8)
İnternette zamanın nasıl geçtiğini anlamıyorum.	9 (3.6)	26 (10.4)	21 (8.4)	146 (58.2)	49 (19.5)
Ailemle beraber zaman geçirirken bile sosyal medyada olanları merak ediyorum	42 (16.7)	88 (35.1)	52 (20.7)	62 (24.7)	7 (2.8)

Katılımcıların %34.3'ü "Sosyal medyada kendimi daha iyi ifade edebiliyorum" ifadesine kararsız kaldığını belirtmiş, %31.5'i ise katılmadığını ifade etmiştir. Bu durum, sosyal medyanın bireylerin kendilerini ifade etme biçiminde önemli ancak tartışmalı bir araç olduğunu göstermektedir. Burada katılımcıların kararsız kalması, sosyal medyanın her birey tarafından özgür, samimi bir ortam olarak görülmediğini göstermektedir. Bireylerin sosyal medyaya tam olarak güvenmedikleri ve çekimser yaklaştıkları söylenebilir.

"İnternet başında iken kendimi çok tembel ve iş yapmaya isteksiz hissediyorum" ifadesine katılımcıların %51.4'ü "Katılıyorum", %19.1'i ise "Tamamen katılıyorum" yanıtını vermiştir. Bu bulgu, katılımcıların sosyal medya kullanımı sırasında işlevsellik ve motivasyon düzeylerine ilişkin

olumsuz algılara sahip olduklarını göstermektedir. Her ne kadar kullanma yoğunluğu olsa da kişilerin sosyal medyanın olumsuz etkilerinin farkında oldukları anlaşılmaktadır.

"Sosyal medya paylaşımlarını aileme tercih ederim" anlamına gelen "Özel sorun ve problemleri ailem yerine sosyal medyadaki arkadaşlarımla paylaşmayı tercih ederim" ifadesine %82.5 oranında katılımcı (toplamda "Katılmıyorum" ve "Tamamen katılmıyorum" yanıtı verenler) olumsuz görüş bildirmiştir. Bu sonuç, aile bağlarının dijital arkadaşlıklara göre daha güçlü olabileceğini göstermektedir. Semerci, Bayram ve Koçak tarafından yapılan araştırmaya bakıldığında kendilik aidiyeti ve aile aidiyeti, sosyal medya bağımlılığıyla negatif ilişkili çıkmıştır. Özellikle kendilik aidiyetinde yalnızlık aracı rol oynamaktadır (Semerci, Bayram ve Koçak, 2023). Bu bağlamda bireylerin aile ile kurdukları bağın, sosyal medya kullanımını sınırlayan bir unsur olduğu ortaya çıkmaktadır.

"Ailemle aynı ortamda hiç konuşmadığımız zamanlar oluyor" ifadesine %40.2 oranında "Katılmıyorum" ve %25.1 oranında "Tamamen katılmıyorum" yanıtı verilmiş, %22.3'ü ise "Katılıyorum" demiştir. Bu bulgu, aile bireyleri arasındaki iletişim düzeyinin çoğunlukla korunduğunu, ancak iletişimsizlik yaşanan durumların da azımsanmayacak düzeyde olduğunu ortaya koymaktadır. İstanbul'da yapılan bir çalışmada; katılımcıların %52'sinin, medyanın aile ile geçirilen zamandan çaldığını düşündüğü ortaya çıkmıştır (Cizmeci, 2016). Aile içi iletişimin genel olarak sürdüğü ancak bazı durumlarda aynı ortamda bulunulmasına rağmen iletişimin kesintiye uğrayabildiği görülmektedir. Dolayısıyla aile içi iletişimde tamamen bir kopuş olmasa da bazı durumlarda iletişimin zayıfladığı görülmektedir.

"Sosyal medya okul başarımı olumsuz etkiliyor" ifadesine katılımcıların %33.1'i "Katılıyorum", %24.7'si ise "Kararsızım" şeklinde yanıt vermiştir. Bu bulgu, öğrencilerin sosyal medya kullanımı ile akademik başarı arasındaki ilişkiye dair kaygı ve tereddüt taşıdıklarını göstermektedir. Alp tarafından yapılan araştırmada "Sosyal medya okul başarımı olumlu yönde etkiliyor" ifadesine katılımcıların önemli bir bölümünün (%42.6) kararsızlık bildirdiği görülmektedir (Alp, 2021). Öğrencilerin sosyal medyanın akademik başarı üzerindeki etkilerine dair net olmadıkları anlaşılmaktadır. Bu durum, öğrencilerin sosyal medyanın olumsuz etkilerinin farkında olduklarını ancak kullanım alışkanlıklarını kontrol etme konusunda zorlandıklarını düşündürmektedir.

"Sosyal medya güzel ve eğlenceli zaman geçirmemi sağlıyor" ifadesine katılımcıların %51.8 oranında "Katılıyorum", %26.3'ü ise "Kararsızım" yanıtı vermiştir. Bu durum, sosyal medyanın eğlence aracı olarak yaygın bir biçimde kullanıldığını göstermektedir. Çavuş tarafından yapılan çalışma bulguları, üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı dört temel motivasyonla kullandığını ortaya koymaktadır. Öğrenciler sosyal medyayı eğlenmek, eğitim-öğretimle ilgili ihtiyaçlarını karşılamak, bilgi edinmek ve sosyalleşerek sosyal kimliklerini oluşturmak amacıyla kullanmaktadır (Çavuş, 2022). Bu anlamda bulguların birbirini desteklediği söylenebilir.

Uyar ve Ayar tarafından yapılan bir araştırmada, öğrencilerin büyük çoğunluğu interneti her gün kullanmakta; kullanım süresi ağırlıklı olarak 1–5 saat aralığında yoğunlaşmaktadır. Öğrencilerin tamamının sosyal medya kullandığı; büyük bir bölümünün sosyal medyaya günlük olarak eriştiği belirlenmiştir. Bulgular, internet ve sosyal medya kullanımının öğrencilerin gündelik yaşamında yaygın ve düzenli bir yer tuttuğunu göstermektedir (Uyar ve Ayar, 2024). Bu çalışmada ise katılımcıların %42.6'sı "Sosyal medyada zaman geçirmeyi, ailemle zaman geçirmeye tercih ederim" ifadesine "Tamamen katılmıyorum" demiştir. Bulgular, katılımcıların aileyle vakit geçirmeye önem verdiğini göstermektedir. Benzer şekilde, "Ailemle beraber zaman geçirirken bile sosyal medyada olanları merak ediyorum" ifadesine %35.1 oranında "Katılmıyorum", %24.7 oranında "Katılıyorum" yanıtı verilmiş; bu da dijital medya ile aileye ayrılan zaman arasındaki çelişkiye dikkat çekmektedir.

Sonuç olarak, bulgular sosyal medyanın bireylerin yaşamında önemli bir yer tuttuğunu, ancak aile bağlarının ve yüz yüze ilişkilerin halen öncelikli görüldüğünü göstermektedir. Sosyal medya, bir yandan ifade özgürlüğü ve eğlence aracı olarak görülürken, diğer yandan dikkat dağınıklığı, okul başarısında düşüş ve aile içi iletişimde zayıflama gibi olumsuzluklarla ilişkilendirilmektedir. Bu

durum, sosyal medyanın bireylerin yaşamında tek yönlü bir etkiye sahip olmadığına; kullanım süresi ve biçimine bağlı olarak bazen destekleyici bazen sınırlayıcı bir rol üstlenebildiğine işaret etmektedir.

Tablo 6
Değişkenlere Yönelik Betimsel Analizi Sonuçları

Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği	**Tamamen Katılmıyorum**	**Katılmıyorum**	**Kararsızım**	**Katılıyorum**	**Tamamen Katılıyorum**
	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)
Akıllı telefonumdan uzak kaldığımda kendimi eksik, huzursuz hissederim.	49 (19.5)	77 (30.7)	91 (36.3)	24 (9.6)	10 (4.0)
Uyumadan önce ve uyandıktan hemen sonra mutlaka sosyal medya hesaplarımı kontrol ederim.	31 (12.4)	61 (24.3)	82 (32.7)	58 (23.1)	19 (7.6)
Mobil cihazlarımla (tablet, telefon vs.) devamlı çevrimiçi/aktif bulunurum.	27 (10.8)	74 (29.5)	96 (38.2)	46 (18.3)	8 (3.2)
Bir şey okuyup çalışırken sosyal medya bağlantımı da kesmem.	60 (23.9)	70 (27.9)	84 (33.5)	27 (10.8)	10 (4.0)
Sosyal medya ve internet kullanarak her işimi yapabilirim.	34 (13.5)	74 (29.5)	96 (38.2)	36 (14.3)	11 (4.4)
Günlük tüm etkinliklerimi (konuşma, oyun, banka alışveriş vb.) sosyal medya üzerinden yönetebilirim.	41 (16.3)	78 (31.1)	78 (31.1)	39 (15.5)	15 (6.0)
Yaşamımın her alanında sosyal medyayı aktif kullanırım.	25 (10.0)	82 (32.7)	88 (35.1)	45 (17.9)	11 (4.4)
Aynı anda hem tablet, akıllı					

telefon vb. kullanıp hem de diğer işlerimi yapabilirim.	64 (25.5)	82 (32.7)	66 (26.3)	28 (11.2)	11 (4.4)

Katılımcıların sosyal medya kullanım alışkanlıklarını değerlendirmek amacıyla uygulanan Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğine ilişkin frekans dağılımları incelendiğinde, bazı ifadelerde yüksek düzeyde kararsızlık dikkat çekerken, bazı alanlarda belirgin tutumlar gözlenmiştir. "Akıllı telefonumdan uzak kaldığımda kendimi eksik, huzursuz hissederim" ifadesine katılımcıların %36.3'ü kararsız kaldığını belirtirken, %30.7'si bu ifadeye katılmadığını belirtmiş, %19.5'i ise tamamen katılmadığını ifade etmiştir. Bu dağılım, dijital bağlılık hissinin bireyler arasında oldukça farklı algılandığını göstermektedir.

"Uyumadan önce ve uyandıktan hemen sonra mutlaka sosyal medya hesaplarımı kontrol ederim" ifadesine verilen yanıtlar da dikkat çekicidir. Katılımcıların %32.7'si kararsız olduğunu belirtirken, %24.3'ü katılmadığını, %23.1'i ise katıldığını ifade etmiştir. Kararsızlık oranının yüksek olması, öğrencilerin bu davranışı alışkanlık olarak mı yoksa ihtiyaç hâlinde mi gerçekleştirdiklerini netleştirmekte zorlandıklarını göstermektedir. Bu durum sosyal medya kullanımının günlük rutinlere yerleşmesinin bireyler arasında farklılaştığına işaret etmektedir.

"Mobil cihazlarla sürekli çevrimiçi olma" davranışını değerlendiren ifadeye katılımcıların %38.2'si kararsız kalırken, %29.5'i katılmadığını ve %18.3'ü katıldığını belirtmiştir. Benzer şekilde, "Bir şey okuyup çalışırken sosyal medya bağlantımı da kesmem" diyen katılımcıların %33.5'i kararsız, %27.9'u katılmıyorum ve %23.9'u tamamen katılmıyorum yanıtını vermiştir. Bu bulgu, sosyal medya ile akademik veya gündelik işlerin paralel yürütülmesinin sınırlı düzeyde kabul gördüğünü göstermektedir.

"Sosyal medya ve internet kullanarak her işimi yapabilirim" ifadesine %38.2 oranında kararsızlık bildirilmiş, %29.5'i katılmadığını ve %14.3'ü katıldığını ifade etmiştir. "Günlük tüm etkinliklerimi sosyal medya üzerinden yönetebilirim" diyenlerin ise %31.1'i kararsız kalırken, aynı oranda (%31.1) katılmadığını, %15.5'i ise katıldığını belirtmiştir. Sosyal medya, bireylerin yaşamlarını tamamen organize eden bir araç olarak görülmemekte, daha çok belirli alanlarda destekleyici bir işlev üstlenmektedir. Kararsızlık oranlarının yüksek olması, sosyal medyanın tam olarak günlük yaşamı kapsayan bir yaşam alanı olarak algılanmadığını ortaya koymaktadır.

"Yaşamımın her alanında sosyal medyayı aktif kullanırım" ifadesine en yüksek yanıt %35.1 ile kararsız seçeneğine verilmiş; %32.7'si katılmadığını ve %17.9'u katıldığını belirtmiştir. Bu sonuç, sosyal medyanın günlük yaşantıda önemli bir yer tuttuğunu ancak her alanda baskın şekilde kullanılmadığını düşündürmektedir. Son olarak, "Aynı anda hem tablet, akıllı telefon vb. kullanıp hem de diğer işlerimi yapabilirim" ifadesine %32.7 oranında katılmıyorum, %26.3 oranında kararsızım ve %25.5 oranında tamamen katılmıyorum yanıtı verilmiştir. Bu bulgu, çoklu görev yapabilme yetisinin sosyal medya bağlamında her birey için geçerli olmadığını ortaya koymaktadır.

Elde edilen bulgular; katılımcıların sosyal medyaya yüksek düzeyde erişime sahip olduklarını ancak sosyal medyanın hayatlarının tümüne yayılmadığını göstermektedir. Katılımcıların çoğunluğu bazı durumlarda kararsız kalmakta, bu da sosyal medya ile günlük yaşam arasındaki dengeyi kurma konusunda belirsizlik yaşandığına işaret etmektedir. Bu durum, öğrencilerin sosyal medyayı tamamen reddetmeden kontrollü fakat belirsizlik içerisinde kullandıklarını düşündürmektedir. Sosyal medyanın katılımcıların yaşamında tek belirleyici unsur olmadığı ancak günlük pratikler ve ilişkiler üzerinde dikkat edilmesi gereken bir etkiye sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Bu araştırma, Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım düzeyleri ile aile içi iletişim kalitesi arasındaki ilişkiyi incelemeyi; bu ilişki çerçevesinde cinsiyet, aile gelir durumu, öğrenim görülen sınıf, genel akademik başarı düzeyi, en sık kullanılan sosyal medya platformu ve günlük sosyal medya kullanım süresi gibi demografik değişkenlere göre anlamlı farklılıklar olup olmadığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Öğrencilerin dijital medya kullanım düzeyleri ile aile içi iletişim, sosyal medya bağımlılığı, sosyal izolasyon, paylaşım davranışları ve aileyle kaliteli zaman geçirme eğilimleri arasındaki ilişkiler incelenmiş; demografik değişkenlere göre farklılıklar analiz edilmiştir.

Tablo 7
Hipotez Kabul/Red Tablosu

Hipotezler	**Kabul/Red**
H1: Örneklem grubunun olgusal kimlikleri sosyal medya kullanımına ve aile içi iletişime etki etmektedir.	Red
H1a: Cinsiyete göre sosyal medya kullanımı ve aile içi iletişim değişmektedir.	Red
H1b: Sınıfa göre sosyal medya kullanımı ve aile içi iletişim değişmektedir.	Kabul
H1c: Akademik başarı düzeyine göre sosyal medya kullanımı ve aile içi iletişim değişmektedir.	Red
H1d: Gelir durumuna göre sosyal medya kullanımı ve aile içi iletişim değişmektedir.	Kabul
H2: Sosyal medya kullanımı ile aile içi iletişim arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.	Kabul
H2a: Sosyal medya kullanımı ile paylaşım arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.	Kabul
H2b: Sosyal medya kullanımı ile ortak kaliteli zaman geçirme arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.	Kabul
H2c: Süreklilik ile paylaşım arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.	Kabul
H2d: Süreklilik ile ortak kaliteli zaman geçirme arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.	Kabul
H2e: Yetkinlik ile paylaşım arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.	Kabul
H2f: Yetkinlik ile ortak kaliteli zaman geçirme arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.	Kabul
H3: Sosyal medya kullanımı ile sosyal medya kullanımı (sosyal medya bağımlılık, sosyal izolasyon) arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Kabul
H3a: Sosyal medya kullanımı ile sosyal medya bağımlılık arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Kabul

H3b: Sosyal medya kullanımı ile sosyal izolasyon arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Kabul
H3c: Süreklilik ile sosyal medya bağımlılık arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.	Kabul
H3d: Süreklilik ile sosyal izolasyon arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Kabul
H3e: Yetkinlik ile sosyal medya bağımlılık arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Kabul
H3f: Yetkinlik ile sosyal izolasyon arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Kabul

Örneklem grubunun sosyo-demografik özelliklerine göre sosyal medya kullanımı ve aile içi iletişim alt boyutlarında anlamlı bir farklılaşma gözlenmemiştir. Fakat sınıf ve gelir değişkenlerinde kısmi farklılıklar tespit edilmiştir. Bu durum, eğitim süreci ile sosyoekonomik koşulların bireylerin dijital medya kullanım alışkanlıkları üzerinde belirleyici olabildiğini göstermektedir. Dolayısıyla çalışma bulgularında sosyal medya kullanımı, aile içi iletişim ve sosyal medya bağımlılığına ilişkin değişkenler arasındaki ilişki analizlerine odaklanılmıştır.

Cinsiyet değişkenine göre yapılan bağımsız örneklem t-testi sonuçlarına göre, kadın ve erkek katılımcılar arasında Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi, Paylaşım, Sosyal Medya Bağımlılık, Sosyal İzolasyon, Ortak Kaliteli Zaman Geçirme, Sosyal Medya Kullanımı, Süreklilik ve Yetkinlik puanlarında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu bulgu, sosyal medya kullanım eğilimlerinin cinsiyet açısından benzer düzeyde seyrettiğini göstermektedir. Dijitalleşme, gündelik yaşam pratiklerini cinsiyetten bağımsız biçimde dönüştürmektedir. Sosyal medya, kadın ve erkek öğrenciler için benzer kullanım kalıpları üretmektedir. Özellikle üniversite öğrencileri arasında sosyal medyanın çoğunlukla sosyal etkileşim ve bilgi edinme amacıyla kullanılması, cinsiyete dayalı farklılaşmaları sınırlayan bir etken olabilmektedir.

Sınıf düzeyine göre yapılan analizlerde ise Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi, Sosyal Medya Bağımlılık, Ortak Kaliteli Zaman Geçirme, Sosyal Medya Kullanımı ve Süreklilik değişkenlerinde anlamlı farklılıklar saptanmıştır. Özellikle birinci ve dördüncü sınıf öğrencileri, hazırlık sınıfı öğrencilerine kıyasla bu alanlarda daha yüksek puanlara sahiptir. Ayrıca dördüncü sınıf öğrencilerinin, sosyal medya bağımlılığı açısından da anlamlı düzeyde daha yüksek puanlara sahip olduğu belirlenmiştir. Bu durum, eğitim düzeyi arttıkça sosyal medya kullanımının daha yoğun olduğuna işaret etmektedir.

Akademik başarı düzeyine göre yapılan karşılaştırmalarda ise incelenen hiçbir değişkende anlamlı bir fark saptanmamıştır. Bu bulgu, öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının akademik başarı düzeylerinden bağımsız olabileceğini düşündürmektedir. Sosyal medyanın üniversite öğrencilerinin gündelik yaşamında yaygın kullanılıyor olması, akademik performans üzerindeki ayırt edici etkisini zayıflatmış olabilir. Sosyal medya kullanımı farklı başarı düzeylerindeki öğrenciler tarafından benzer biçimlerde deneyimlenmektedir. Buradan, akademik başarının tek başına sosyal medya kullanımını belirleyen bir faktör olmadığı ve bireylerin dijital medya alışkanlıklarının çok boyutlu dinamikler çerçevesinde şekillendiği anlaşılmaktadır.

Gelir düzeyi değişkenine göre yapılan analizlerde Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi, Paylaşım, Sosyal Medya Kullanımı ve Süreklilik puanlarında anlamlı farklar tespit edilmiştir. Özellikle düşük gelir grubundaki bireylerin bu değişkenlerdeki puanlarının, orta ve yüksek gelir grubundaki bireylere kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu bulgu, sosyoekonomik koşullar ile sosyal medya kullanım biçimleri ve aile içi iletişim göstergeleri arasında anlamlı bir farklılaşma olduğunu ortaya koymaktadır. Düşük gelir grubundaki öğrencilerin sosyal

medya kullanımına daha fazla yönelmesi, sosyal medyanın ücretsiz ve alternatif sosyalleşme imkânları sunmasıyla ilişkili olabilir. Ayrıca sosyal medyanın, ekonomik sınırlılıklar nedeniyle yüz yüze sosyal etkileşimi kısıtlı olan bireyler için telafi edici olduğu söylenebilir. Bu bağlamda, gelir düzeyinin, bireylerin sosyal etkileşim kanallarını ve aile içi iletişim pratiklerini dolaylı biçimde etkilediği görülmektedir.

Araştırmanın korelasyon analizi bulgularına göre Sosyal Medya Kullanımı ile Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal İzolasyon arasında pozitif yönde güçlü ilişkiler tespit edilmiştir. Buna karşılık, Sosyal Medya Kullanımı ile Paylaşım ve Ortak Kaliteli Zaman Geçirme değişkenleri arasında negatif yönde anlamlı korelasyonlar bulunmaktadır. Bu bulgular, sosyal medyada geçirilen süre ile kişilerin aile bireyleriyle iletişim düzeyi ve paylaşım davranışları arasında ters yönlü bir ilişki olduğunu göstermektedir. Benzer şekilde, Süreklilik ve Yetkinlik değişkenlerinin Paylaşım ve Ortak Kaliteli Zaman Geçirme ile negatif yönde ilişkili olması, sosyal medyada kendini daha yetkin hisseden bireylerin aile temelli iletişim göstergeleriyle daha düşük düzeylerde ilişkilenebildiğine işaret etmektedir.

Sonuç olarak bu çalışma, Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım düzeylerinin bazı demografik değişkenlere ve bireysel yeterlik algılarına göre anlamlı farklılıklar gösterdiğini; sosyal medya kullanımı ile aile içi iletişim ve paylaşım davranışları arasında anlamlı ilişkiler bulunduğunu ortaya koymaktadır. Sosyal medya kullanımının öğrencilerin günlük yaşam pratiklerinde önemli bir yeri olduğu ve bu kullanımın aile içi iletişim süreçlerini doğrudan ya da dolaylı biçimde etkileyebildiği anlaşılmaktadır. Özellikle sosyal medya kullanım düzeyinin artmasıyla birlikte aile bireyleriyle kurulan iletişimin niteliğinde değişimler yaşanabilmektedir. Bu durum, sosyal medya kullanımının sadece bireysel bir alışkanlık olarak değil, aile içi ilişkiler bağlamında da değerlendirilmesi gereken bir olgu olduğunu ortaya koymaktadır.

Araştırmacıların Katkı Oranı

1. Yazar Katkı Oranı: %50
2. Yazar Katkı Oranı: %50

Çıkar Çatışması

Çalışmada çıkar çatışması oluşturabilecek herhangi bir durum bulunmamaktadır.

Kaynaklar

Alp, F. (2021). *Z kuşağının sosyal medya kullanım alışkanlıklarının aile içi iletişime etkisi: Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Asghar, G. ve Saleh, Z. (2012). Normality tests for statistical analysis: A guide for non-statisticians. *International Journal of Endocrinology and Metabolism, 10*(2), 486-489.

Avşar, Z. (2022). Sosyal medya. *Trt Akademi Dergisi, 7*(1), 5-7.

Ayaz, A. ve Barış, B. (2024). Sosyal medya bağımlılığı: üniversite öğrencileri üzerine bir inceleme. *Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi, 8*(4), 1006-1025. https://doi.org/10.47525/ulasbid.1572348

Aydın, M. (2014). *Kurumlar sosyolojisi*. İstanbul: Açılım Kitap.

Başoğlu, U. ve Yanar, Ş. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ve alışkanlıklarının belirlenmesi. *Kilis 7 Aralık Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 1*(2), 6-13.

Bal, H. (2013). *İletişim sosyolojisi*. Ankara: Sentez Yayıncılık.

Bostancı, M. (2019). *Sosyal medya: Dün, bugün, yarın*. Konya: Palet Yayınları.

Cizmeci, E. (2016). *Aile, medya ve serbest zaman*. İstanbul: Nobel Bilimsel Eserler.

Cüceloğlu, D. (2002). *İletişim donanımları*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Cüceloğlu, D. (2021). *Geliştiren anne-baba*. İstanbul: Kronik Kitap.

Çavuş, S. (2022). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımları üzerine bir alan araştırması: Aksaray Üniversitesi örneği. *İNİF E- Dergi*, *7*(2), 9-25.

Demir, Ü. (2016). Sosyal medya kullanımı ve aile iletişimi: Çanakkalede lise öğrencileri üzerine bir araştırma. *Selçuk İletişim Dergisi, 9*(2), 27-50. https://doi.org/10.18094/si.99029

Deniz, L. ve Ünal, A. (2019). Sosyal medya kullanımı ölçeği. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 15*(22), 1025-1057. https://doi.org/10.26466/opus.557240

Dikeçligil, F. (2021). Aileye dair kabullerin ezber bozumu. *Muhafazakâr Düşünce Dergisi*, *8*(31), 21-52.

Dikeçligil, F. (2023). *Ailede çözülme ve sosyal medya etkisi.* Mahremiyet bağlamında sosyal medya ve aile içinde (Aile Forumu 1). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.

Dilber, F. (2019). Aile içi iletişimde sosyal medya: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (33), 334-381. https://doi.org/10.14520/adyusbd.596980

Ekiz, M. ve Atasoy, M. – Kır, S. (2025). Üniversite öğrencilerinin zaman yönetimi becerileri ve mutluluk yönelimleri: bir ilişki analizi. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11*(2), 379-397. https://doi.org/10.31592/aeusbed.1525229

Eldem, S. ve Elibol, T. (2020). Üniversite öğrencilerinin instagram kullanma davranışları. *Yeni Medya Elektronik Dergisi, 4*(3), 157-164.

Gülnar, B. ve Öztat, F. (2020). Aile içi yüz yüze iletişim, internet ve sosyal medya kullanım ilişkisi. *Kurgu Dergisi*, *28*(1), 31–42.

İnce, M. ve Koçak, M. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7*(2), 736-749.

Sallangül, S. (2020). *Sosyolojiye giriş*. Denizli: Kaf Kitap Kafe Yayınları.

Semerci, M., Bayram, M. N. ve Koçak, O. (2023). Genç yetişkinlerin aile aidiyeti ve sosyal medya bağımlılığı ilişkisinde yalnızlığın aracı rolü. *Sosyolojik Bağlam Dergisi*, *4*(3), 273–288.

Şahin, S. ve Aral, N. (2012). Aile içi iletişim. *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*, *1*(3), 55-66.

Savaş, E. (2022). Üniversite öğrencilerinin dini içerikli sosyal platform kullanımları. *Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 3*(9), 1030-1043. https://doi.org/10.1501/Asbd_0000000029

Şencan, H. (2005). *Sosyal ve davranışsal ölçümlerde güvenirlik ve geçerlik.* Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Şentürk, Z. (2019). Sosyal medyanın boşanmaya etkileri. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 6*(4), 548-555.

Özdemir, M. B. (2024). Türkiye'de sosyal medya fenomenlerinin toplumsal yaşam üzerindeki etkileri ve eğitim faktörünün süreçteki kritik rolü. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum / Education and Society in the 21st Century*, *13*(38), 335–353.

Özdemir, Z. (2019). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *Beykoz Akademi Dergisi, 7*(2), 91-105. https://doi.org/10.14514/byk.m.26515393.2019.7/2.91-105

Özkaya, C. (2011). *Türkiye'de aile; ailenin yapısal özellikleri, işlevleri ve değişimi*. İstanbul: Sekam Yayıncılık.

Öztürk, Ş. (2015). Sosyal medyada etik sorunlar. *Selçuk İletişim Dergisi, 9*(1), 287-311. https://doi.org/10.18094/si.57598

Tutar, H. ve Yılmaz, M. (2019). *Genel ve örgütsel boyutuyla iletişim*. İstanbul: Seçkin Yayıncılık.

Uyar, P. ve Ayar, D. (2024). Hemşirelik öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve aile iletişiminin sosyotelist olma ve sosyotelizme maruz kalma durumlarına etkisi. *Sağlık Bilimlerinde Değer (Value in Health Sciences)*, *14*(1), 83–89. https://doi.org/10.33631/sabd.1206855

Yılmaz, M., Üner, M., Akal, A. D. ve Tatlısu, F. (2025). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı yaşam doyumu ve psikolojik sağlamlık arasındaki ilişkiler. *Uluslararası Sosyal Bilimler Akademik Araştırmalar Dergisi, 8*(2), 1-12.

Zencirkıran, M. (2017). *Sosyoloji*. Bursa: Dora Yayınevi.

Extended Abstract

Introduction

Since the late twentieth century, the global transformation driven by information technologies has led to significant changes in social structures, economic models, and cultural practices. Digital communication—particularly social media—has become a central component of modern communication, reshaping both individual and collective behaviors. While social media provides opportunities for self-expression and interaction, excessive use may reduce face-to-face engagement and negatively affect intra-family communication dynamics.

This study focuses on students of the Faculty of Theology at Süleyman Demirel University, a population that reflects the coexistence of traditional family structures and intensive social media use among young adults. The primary aim of the research is to examine the relationship between social media use and the quality of family communication, as well as to analyze the role of demographic variables such as gender, family income, year of study, overall academic performance, the most frequently used social media platform, and daily duration of social media use in this relationship. The significance of this study lies in its contribution to understanding how social media usage influences family relationships among young individuals in the digital age. By examining family communication within the context of contemporary digital practices, the study offers insights that may support efforts to strengthen intra-family communication. Furthermore, the findings provide a conceptual basis that may inform families, educators, and social policy-making institutions concerned with promoting healthy communication patterns in an increasingly digitalized social environment.

Method

This study employed a quantitative research design, and data were collected through a survey. The instruments included demographic information and two scales: the “Social Media Use and Family Communication Scale” and the “Social Media Use Scale.” The study population consisted of all undergraduate students at the Faculty of Theology, Süleyman Demirel University, during the 2024 – 2025 spring semester. The sample comprised 251 students who voluntarily participated and were selected through simple random sampling. Among the participants, 139 were female and 112 were male. The researcher’s prior experience as a graduate of the same faculty provided valuable insight into students’ family structures, social values, and communication habits.

Data Collection Instruments and Analysis

All statistical analyses were conducted using IBM SPSS 25.0. Descriptive statistics were reported as frequency (n), percentage (%), mean ($\bar{X}$), standard deviation (SD), minimum, and maximum values. The normality of the “Social Media Usage Scale” and the “Social Media Usage and Family Communication Scale” was assessed using skewness and kurtosis coefficients, leading to the use of parametric tests. Analyses included independent samples t-tests, one-way ANOVA, and Pearson correlation. Post-hoc comparisons were conducted with Tukey HSD to identify group differences, with significance set at $p < 0.05$. Pearson correlation was also employed to examine relationships between the scales and their subdimensions.

Research Ethics

This study was approved by the Süleyman Demirel University Ethics Committee on April 14, 2025, confirming that the research complies with ethical principles and respects human rights.

Findings

The present study was conducted with 251 students enrolled in the Faculty of Theology at Süleyman Demirel University (55.4% female, 44.6% male). The majority of participants reported a middle-income level (84.9%) and self-identified their academic achievement as moderate (72.1%). Daily social media use was most frequently reported within the 2–3 hour range (48.6%), and Instagram emerged as the most commonly used platform (53.4%).

Statistical analyses indicated no significant differences in social media use and family communication by gender; however, significant differences were observed across grade levels and income groups. Findings revealed that as grade level increased, social media use and addiction scores also rose. Moreover, students from lower-income backgrounds demonstrated significantly higher scores in social media use, sharing, and family communication. Pearson correlation analyses demonstrated strong positive associations between social media use, social media addiction, and social isolation, while strong negative correlations were observed between social media use, family sharing, and quality time spent together. Furthermore, the variables of continuity and competence were found to play a significant role in these associations, indicating their importance in understanding the overall relationship between social media engagement and family interaction.

Descriptive frequency analyses suggested that students engage extensively with social media, yet continue to value spending time with their families. While participants acknowledged that social media serves as a source of entertainment, they also reported its potential to negatively affect academic performance and motivation. The relatively high proportion of neutral responses further implies that students may experience ambivalence and challenges in establishing a healthy balance between social media use and their daily routines.

Conclusion, Discussion and Recommendations

This study examined the relationship between social media usage levels and family communication among students of the Faculty of Theology at Süleyman Demirel University, with particular attention to demographic variables such as gender, grade level, income level, overall academic achievement, the most frequently used social media platform, and daily usage duration. The research aimed to explore how social media, as a prominent component of digital communication, is associated with patterns of interpersonal interaction within the family context, particularly among young adults navigating both traditional family structures and contemporary digital practices. The findings indicated that there were no statistically significant differences in social media usage patterns according to gender. However, significant variations were observed across grade levels and income groups, as well as in variables related to social media addiction. Specifically, higher grade levels were associated with higher social media usage and addiction scores. In addition, students from lower-income groups exhibited higher levels of social media engagement and reported different patterns in family communication variables.

Correlation analyses revealed strong positive relationships between social media usage, social media addiction, and social isolation. In contrast, strong negative relationships were observed between social media usage and both family sharing behaviors and the amount of time spent together as a family. These findings suggest that variations in social media engagement are systematically associated with differences in family interaction patterns. Based on these findings, it is suggested that educational institutions, families, and relevant stakeholders consider developing digital literacy and awareness initiatives for university students. Encouraging structured social activities that support family interaction and promoting balanced approaches to social media use may contribute to healthier communication patterns. Such efforts may help students maintain equilibrium between digital engagement and family life within both academic and social contexts.